

LA TRAMPA DE LO VEROSÍMIL ¿FICCIÓN O REALIDAD?

Carolina Mazzetti Latini

Universidad Nacional de Córdoba (Argentina)

Resumen

El fenómeno de la tecnología como hecho inevitable en la sociedad red del siglo XXI adquiere diversas significaciones y experiencias de apropiación en nuestra vida cotidiana. El nuevo escenario virtual de la sociedad postmoderna se instituye como un no lugar donde se reiteran los rituales de interconexión caracterizados por la interactividad, la rapidez y la segmentación. La tecnología con sus propios lenguajes y códigos específicos nos ofrece una visión de mundo al mejor estilo mosaico o popurrí planetario donde se tejen imaginarios con alcances y posibilidades múltiples. Participamos de un escenario, persuadidos y convencidos de lo extraordinario, aportando elementos en la construcción de una realidad alternativa plagada de conspiraciones, fantasías y riesgos. En el centro de la estructura y la dinámica de la sociedad se encuentra el poder de la comunicación, provocando la transformación de los procesos mentales y la construcción de nuevas significaciones.

Palabras clave: tecnología, comunicación, red.

El fenómeno de la tecnología como hecho inevitable en la sociedad red del siglo XXI adquiere diversas significaciones y experiencias de apropiación en nuestra vida cotidiana. El nuevo escenario virtual de la sociedad postmoderna se instituye como un no lugar donde se reiteran los rituales de interconexión caracterizados por la interactividad, la rapidez y la segmentación. La tecnología con sus propios lenguajes y códigos específicos nos ofrece una visión de mundo al mejor estilo mosaico o popurrí planetario donde se tejen imaginarios con alcances y posibilidades múltiples. En la diversidad de esas experiencias, el miedo se hace presente adquiriendo diferentes formas a partir de informaciones, mensajes, imágenes, publicaciones, entre otros formatos posibles. El incremento del miedo¹ es una de las experiencias individuales y sociales más recurrentes en las modernas sociedades actuales. Aunque como emoción el miedo "nace de una perturbación derivada de una experiencia personal determinada, sociológicamente se arraiga en un tipo específico de estructuras sociales, modos de vida y marcos de significación" (Olvera y Sabido, 2007: 123). Presenciamos nuevos miedos o nuevas dimensiones del miedo que se entretajan en las situaciones del mundo real, propio y cotidiano, porque estos temores contemporáneos están profundamente vinculados a la realidad social. Podría afirmarse que somos protagonistas y testigos de procesos de ensoñación² social (Cabrera, 2011) en los cuales el mundo de la fantasía y la ficción se entremezclan con escenas del mundo de la vida cotidiana. Es decir, participamos, de un escenario persuadidos y convencidos de lo extraordinario,

aportando elementos en la construcción de una realidad alternativa plagada de conspiraciones, fantasías y riesgos (Sibilia, 2008).

En términos de Habermas el mundo de la vida es el horizonte de la acción comunicativa al que se refieren las comunicaciones; el territorio en el que ocurren los encuentros entre los participantes; el lugar para exhibir y criticar la validez de las emisiones; es el mundo que posee validez intersubjetiva; y el cual posee carácter local e indefinido. Es la acción comunicativa la que reproduce el mundo de la vida cotidiana y lo hace posible. En este sentido, cabe agregar –tal como afirma Manuel Castells (2009)–, que el poder de la comunicación se encuentra en el centro de la estructura y la dinámica de la sociedad provocando la transformación de los procesos mentales y la construcción de nuevas significaciones que modelan la mente humana y determinan modos de sentir, pensar y actuar. Por ello, "La manera en que experimentamos el miedo varía según el tipo de sociedad y de acuerdo con los marcos de significado mediante los cuales adquieren sentido" (Olvera y Sabido, 2007: 125). La intensidad y el tipo de miedo que se experimenta dependen directamente de las relaciones sociales que establece el ser humano.

Desde la perspectiva centrada en la situación, el mundo de la vida aparece como un depósito de autoevidencias o de convicciones incuestionadas, de las que los participantes en la comunicación hacen uso en los procesos cooperativos de interpretación. Pero solo cuando se tornan relevantes para una situación, pueden determinadas autoevidencias ser movilizadas en forma de un saber sobre el que existe consenso y que a la vez es susceptible de problematización (Habermas, 1998).

A nivel metalingüístico la pretensión de validez de múltiples contenidos se explicita en el discurso entre sujetos que intercambian informaciones. El problema de la verdad de los hechos no se dirime en el mundo objetivo de la experiencia, sino en la situación comunicativa que pretende que dicha verdad sea entendida y aceptada por otros. La comunicación argumentativa tematiza y problematiza dicha pretensión de validez, la cual es puesta en acción mediante los actos de habla de los sujetos. En este sentido, si bien la interacción interpersonal abre la posibilidad de que ciertas "verdades" sean criticadas o cuestionadas cabe mencionar que en Internet apenas unos pocos producen información. La regla 1-9-90, a partir de la cual Jakob Nielsen² explicita el tipo de participación de los usuarios en la web, teje un mapa de intervención en el cual, según sus términos, un 90 % de los usuarios son "mirones", es decir que leen y observan pero no contribuyen, el 9 % colabora intermitentemente replicando información, y solo un 1 % produce contenido propio. En síntesis, esta regla deja relucir que el poder para la creación de significados y la construcción de imágenes está en manos de una minoría en relación a la cantidad de usuarios existentes. En este marco el escenario se complejiza cuando organizaciones, empresas o líderes de opinión, contenidas en este 1 %, engañan a la opinión pública tergiversando información y falseando datos. Existen antecedentes acerca de que grandes agencias de noticias han falseado imágenes, las cuales fueron replicadas a escala planetaria, fabricándolas

digitalmente con el objetivo de producir mayor dramática³. Asimismo en esta lógica de instalación de la mentira millones de cibernautas colaboran manteniendo vivas en la red numerosas leyendas urbanas, informaciones de dudosa veracidad o difícilmente comprobables que son replicadas en segundos a través de las redes sociales. En el mundo virtual proliferan los recortes de imágenes y discursos verosímiles que, alimentados por la descontextualización, se asumen como verdades absolutas. Desde la instauración omnipresente de Internet y las redes sociales, se han comenzado a homogeneizar elementos diversos de las discursividades y narrativas. La dominación hegemónica controla desde el corazón lo que se reproduce; nos creemos protagonistas cuando, en ocasiones, apenas deberíamos pensarnos como espectadores. Asistimos a un dogmatismo virtual incuestionable desde el cual colaboramos –quizás de manera inocente o indiferente– en la fabricación de una realidad aparente o, mejor aún, del simulacro de lo real. Como personajes ficcionados, transfigurados, en busca de aceptación, éxito y valoración social, es poco factible cimentar otras prácticas y debates, cuando somos nosotros mismos quienes alimentamos la vertiginosa maquinaria.

Como afirma Bauman (2009), somos testigos de una época que está asociada con una experiencia de vida que involucra la incertidumbre, la inseguridad y la desprotección. Por ello numerosos especialistas hablan de "sociedad de riesgo" en clara alusión a la incertidumbre de nuestra estabilidad; inseguridad de nuestra posición, derechos y medios de subsistencia; y desprotección del propio cuerpo y de la comunidad. Por ello no importa que los mensajes no sean ciertos o verdaderos, sino que sean verosímiles, para que puedan ser creídos, replicados y comentados. Es evidente que la estrategia de comunicación y difusión implemente, en más de una ocasión, el miedo como vehículo primario para que el engranaje comience a traccionar. En el campo de lo imaginario y lo tecnológico, la trampa de lo verosímil nos acecha en un insomnio de imágenes que nos exige lidiar con complejidades y distinguir entre verdad e ilusión. Sumado a ello, el trastocamiento de los ejes de espacio y tiempo relativizan el aquí y ahora permanentemente reformulando las interrelaciones personales. En este sentido, los procesos de hibridación cultural generan nuevas experiencias de percepción y comprensión del mundo, donde la confluencia de dichos procesos a través de diversos dispositivos de interacción e interconectividad permite la aprehensión de un mundo de significaciones mutuamente compartido generando un imaginario de perspectiva abierta.

Sin embargo, y a pesar del aparente panorama apocalíptico que se configura, Castells (2009) declara que el poder tiene miedo de Internet en alusión a la transformación de la antigua a la nueva sociedad, de lo analógico a lo digital, porque internet no se puede controlar. En las elecciones presidenciales en los Estados Unidos, el comité de campaña de Barack Obama tuvo que batallar arduamente contra la historia de que el candidato no era estadounidense. Numerosos sitios republicanos –opositores a Obama– difundieron la novedad de que el candidato presidencial era originario de Kenia. Como consecuencia, el debate tomó estado público durante buena parte de la campaña presidencial hasta que los asesores decidieron publicar en un sitio web la partida de nacimiento. Como consecuencia, algunos sectores criticaron la medida

aludiendo aún así desconfianza⁵. En esta misma línea de análisis el sitio Wikileaks que publica material filtrado (informes, videos, documentos, etc.) con contenido sensible en materia religiosa, corporativa o gubernamental, resguardando el anonimato de sus colaboradores, constituye un claro ejemplo de lo amenazante que puede ser Internet como fuente irrestricta e ilimitada de información para determinados sectores.

Existe un desfasaje entre la capacidad tecnológica y la cultura política. El problema radica en que el sistema político no siempre está abierto a la participación, al diálogo constante con los ciudadanos, a la cultura de la autonomía, y, por lo tanto, el poderoso dispositivo tecnológico distancia en ocasiones la política de la ciudadanía. En este afán de acercamiento se evidencian nuevos usos por parte de algunas personalidades públicas, muchas de ellas vinculadas al ámbito político, que utilizan las redes sociales para comunicar a sus seguidores o ciudadanos en general sobre las acciones y proyectos en ejecución. “El proceso de comunicación influye decisivamente en la forma de construir y desafiar las relaciones de poder en todos los campos de las prácticas sociales, incluida la práctica política” (Castells 2009: 24).

En esta estructura de sociedad red, las redes digitales de comunicación juegan un papel fundamental como posibilitadoras de una mayor autonomía ciudadana, en la medida en que los usuarios se convierten en emisores y receptores de mensajes configurando lo que Castells denomina la autocomunicación de masas.

... la red representa una matriz que conecta y desconecta a la vez [...]. En una red, conectarse y desconectarse son elecciones igualmente legítimas, gozan del mismo estatus y de igual importancia. [...] Red sugiere momentos de estar en contacto intercalados con períodos de libre merodeo. En una red, las conexiones se establecen a demanda, y pueden cortarse a la voluntad (Bauman, 2009: 12).

En este contexto, Castells recalca que la cultura global es una cultura de la comunicación por la comunicación; en la cual, en términos de Bauman “... las relaciones virtuales (rebautizadas conexiones) establecen el modelo que rige todas las otras relaciones” (Bauman, 2009: 13). “Así pues, la comunicación de masas en el sentido tradicional ahora también es una combinación basada en Internet tanto en su producción como en su transmisión” (Castells, 2009: 101). No obstante, como señala Castells citando a Jenkins, en la comunicación la convergencia no solo es tecnológica y organizativa, “La convergencia es fundamentalmente cultural, y se produce, en primer lugar, en las mentes de los sujetos comunicadores que integran varios modos y canales de comunicación en sus costumbres y en su interacción” (Castells, 2009: 187).

En este escenario, surgen diversas fuentes de identificación cultural configurando “... un modelo complejo de interacción entre consumismo global, cosmopolitismo e hibridación global, por una parte, y las distintas fuentes de identificación cultural (nacional, religiosa, territorial, étnica, de género e identidades elegidas por uno mismo), por otra” (Castells, 2009: 168).

Siguiendo el planteo de Castells, en esta nueva sociedad en la que todo está articulado de forma transversal y hay menos control de las instituciones tradicionales nuevos modelos culturales se entretienen de la mano del consumismo, el individualismo en red, el cosmopolitismo y el multiculturalismo. “La palabra hibridación aparece más dúctil para nombrar no solo las mezclas de elementos étnicos o religiosos, sino con productos de las tecnologías avanzadas y procesos sociales modernos o posmodernos” (García Canclini, 2005: 22). Por ello, de la mano de la autocomunicación de masas nuevos procesos de hibridación florecen a raíz de la combinación de prácticas, hábitos, objetos, tecnologías y desarrollos.

Donde había pintores o músicos, hay diseñadores y disc jockeys. La hibridación en cierto modo se ha vuelto más fácil y se ha multiplicado cuando no depende de los tiempos largos de la paciencia artesanal o erudita, sino de la habilidad para generar hipertextos y rápidas ediciones audiovisuales o electrónicas (García Canclini, 2005: 27).

A propósito, el concepto de una mayor autonomía, al que refiere Castells (2009), refleja –en parte– el trasfondo de estas nuevas prácticas de hibridación cultural donde lo popular se vincula con lo masivo, lo local con lo global; y donde la innovación en la comunicación interactiva también da cuenta de usuarios creativos. Por otra parte, y en la misma línea de análisis, recalca que sin el recurso de la educación, la tecnología no sirve porque en la sociedad red la dificultad no radica en saber navegar sino saber dónde ir, dónde buscar lo que se desea encontrar y, luego, qué hacer con lo hallado. Internet sigue ampliando la histórica brecha social, es decir, el nivel de educación.

Para continuar ensayando

“La cultura común de la sociedad red global es una cultura de protocolos que permite la comunicación entre diferentes culturas sobre la base no necesariamente de valores compartidos, sino de compartir el valor de la comunicación” (Castells, 2009: 67). La matriz simbólica que se teje en las redes requiere de un análisis hondo que en ocasiones se vislumbra como una tarea inabordable. Sin embargo, los esfuerzos deberían focalizarse, aunque sea como primera instancia, en reconocer lo auténtico de lo ilusorio a partir del ejercicio de no asumir las aparentes verdades absolutas como únicas fuentes posibles de aproximación a la realidad. El rol clave e irremplazable de la educación no solo se justifica en la optimización de las utilidades que las nuevas tecnologías ofrecen sino, y principalmente, en examinar contenidos para ponerlos en cuestión efectuando una lectura crítica de la información que nos llega, buscamos, encontramos o difundimos a través de internet. En paralelo se torna necesaria la educación para atenuar los temores recurrentes, identificando y reconociendo sus causas. La educación y la ética seguramente nos posibiliten un pensamiento reflexivo para alumbrar el porvenir de la autocomunicación de masas fomentado y exigiendo prácticas legítimas.

El mundo de la vida es, por así decirlo, el lugar trascendental en que hablante y oyente se salen al encuentro; en que pueden plantearse recíprocamente la pretensión de que sus emisiones concuerdan con el mundo (con el mundo objetivo, con el mundo subjetivo y con el mundo social); y en que pueden criticar y exhibir los fundamentos de esas pretensiones de validez, resolver sus disentimientos y llegar a un acuerdo (Habermas, 1998).

Es decir, son las estructuras del mundo de la vida las que fijan las formas de la intersubjetividad del entendimiento posible. En términos de desafío, ¿cómo lograr un entendimiento a través de la interacción comunicativa para derribar certezas aparentes y premisas falsas, cuando las personas no solo tienen formas de vida estructuralmente distintas, sino que además las propias reglas de una argumentación válida forman parte de la tradición cultural, y por ello mismo, están abiertas al debate y a la crítica? incluso, ¿cómo conseguirlo contemplando las desigualdades sociales que se traducen en desigualdades educativas? Vale seguir pensando y ensayando respuestas posibles, aunque más no sean plausibles de nuevas aperturas y comienzos. Aún condicionados y estimulados por el permanente desarrollo tecnológico, el anhelo de un progreso al servicio de la liberación del pensamiento que brinda otras formas posibles de prácticas políticas de acercamiento a la realidad social, nos invita a convertirnos en protagonistas activos. Una vez más, el reto se nos presenta en el terreno de la interacción social. Merece la pena y la vida salir el encuentro en el plano cotidiano y colectivo.

Notas

¹ La Real Academia Española define “miedo” como la ‘perturbación angustiosa del ánimo por un riesgo o daño real o imaginario. Recelo o aprensión que alguien tiene de que le suceda algo contrario a lo que desea’.

² La Real Academia Española define “ensoñación” como ‘acción o efecto de ensoñar. Tener ensueños’.

³ En algunos casos las fotos reunieron a personas que no habían estado juntas, agregaron misiles o humo inexistentes en escenas de guerra o falsearon tomas para lograr mayor dramaticidad.

En: <<http://www.lavoz.com.ar/suplementos/temas/viaje-un-planeta-incierto>>.

⁴ Referente a nivel mundial sobre usabilidad en la web.

⁵ En: <<http://www.lavoz.com.ar/suplementos/temas/viaje-un-planeta-incierto>>.

Bibliografía

- Bauman, S. (2009), *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*, Fondo de Cultura Económica.
- Cabrera, D. (2011), *Comunicación y cultura como ensoñación social. Ensayos sobre el imaginario neotecnológico*, Madrid, Fragua.
- Castells, M. (2009), *Comunicación y poder*, Alianza.

- García Canclini, N. (2005), *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Paidós.
- Habermas, J. (1998), *Teoría de la acción comunicativa*, Buenos Aires, Taurus.
- Olvera Serrano M.; Sabido Ramos O. (2007), "Un marco de análisis sociológico de los miedos modernos: vejez, enfermedad y muerte", en *Sociológica*, año 22, Número 64, mayo-agosto, México, pp. 119-149.
- Sibilia, P. (2008), *La intimidad como espectáculo*, Argentina, Fondo de Cultura Económica.

Artículo recibido el 01/07/14 - Evaluado entre el 21/07/14 y 31/08/14 - Publicado el 21/09/14